

"

## Pengaruh *Moral Equity*, *Relativism*, dan Sikap Individu terhadap Perilaku Pembajakan Produk Digital di Surabaya

Adrian Hartono Atmadjaja

af.adrianha@gmail.com

Manajemen/Fakultas Bisnis dan Ekonomika

**Abstrak** - Pembajakan digital merupakan salah satu isu terbesar saat ini dalam dunia bisnis. Berkaitan dengan CD musik dan *software*, penelitian ini bertujuan untuk mendalami dampak dari *moral equity*, *relativism*, dan sikap individu pada perilaku pembajakan di negara berkembang, secara khusus di Surabaya, Indonesia. Perbedaan budaya nasional memungkinkan adanya pengaruh terhadap sikap individu untuk membajak produk-produk digital. Hasil dari penelitian konseptual ini adalah untuk menyediakan gambaran dan rekomendasi bagi pihak pemerintah, perusahaan, dan juga konsumen untuk meningkatkan kesadaran tentang perilaku pembajakan produk digital dan pembuatan keputusan.

Metode penelitian ini menggunakan survei kepada 251 responden di Surabaya yang pernah membeli dan menggunakan produk digital bajakan (CD musik dan *software*). Data yang terkumpul dianalisis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM). Hasil penelitian ini menemukan bahwa konsumen Surabaya, Indonesia, paham perbuatan pembajakan adalah hal yang salah secara moral, tetapi tetap melakukan hal tersebut.

Didukung budaya kolektivisme yang memperlihatkan bahwa perilaku pembajakan ini lumrah di Indonesia, *relativism* tidak berdampak pada masyarakat Surabaya, Indonesia, karena para konsumen tidak lagi menilai perilaku pembajakan tersebut dari sisi “benar atau salah”, melainkan “apa yang sesuai atau tidak sesuai” di lingkungannya.

Kata kunci: perilaku pembajakan digital, *moral equity*, *relativism*, sikap, produk digital

**Abstract** - Digital piracy is one of the greatest issues today in the business world. Including music CD and software, this research aims to explore the impact of moral equity, relativism, attitude toward the piracy behavior in developing country, particularly in Surabaya, Indonesia. Different national culture may influence individual attitude to pirate digital products. The result of this conceptual study is to provide insight and recommendations for the government, the corporations, and also the consumers to increase the awareness about the digital piracy behavior and make decisions.

The research methodology uses survey to the 251 respondents of Surabaya who have been buying and using pirated digital products (music CD and software). The collected data are analyzed using Structural Equation Model (SEM). This

*research found that the consumer of Surabaya, Indonesia, understand the piracy behavior is morally wrong, but they still perform the behavior.*

*Supported by the collectivism culture showing that the piracy behavior is a commonplace in Indonesia, relativism has no impact for the Surabaya people, Indonesia, because the consumers do not longer judge the piracy behavior from the “right or wrong” side, but “what is appropriate or inappropriate” in their environment.*

*Keyword: digital piracy behavior, moral equity, relativism, attitude, digital products*

## **PENDAHULUAN**

Perilaku pembajakan merupakan ancaman terbesar yang dihadapi industri *software* dan musik dunia saat ini (Chiou *et al.*, 2005; Phau dan Liang, 2012). Hasil survei *The Business Software Alliance* (BSA) pada 2011 menunjukkan bahwa 57% dari pengguna komputer mengaku menggunakan *software* bajakan sehingga mengakibatkan kerugian sebesar 63,4 miliar dolar AS, didorong pula pengiriman PC (*personal computer*) ke negara berekonomi berkembang dan mempunyai angka pembajakan tinggi (<http://globalstudy.bsa.org>, diunduh pada 8 April 2016). Dari total 57% pengguna *software* bajakan tersebut, 26% responden mengaku sesekali, 17% pada saat tertentu, 9% sering, dan 5% selalu memakai *software* bajakan. Sedangkan, total tingkat pembajakan *software* adalah sebesar 39% di seluruh dunia dan secara regional, negara-negara Asia-Pasifik memiliki tingkat pembajakan *software* sebesar 61% (<http://globalstudy.bsa.org>, diunduh pada 16 September 2016). Di Indonesia sendiri, menurut survei *The Business Software Alliance* 2015 (dipublikasi Mei 2016), tingkat pembajakan *software* mencapai 84% sehingga Indonesia termasuk dalam *Top 20* negara pembajak terbesar dunia (<http://globalstudy.bsa.org>, diunduh pada 16 September 2016).

Di dalam industri musik, Federasi Internasional Industri Fonografi (*International Federation of the Phonographic Industry*, IFPI), pada 2006, menyatakan bahwa lebih dari 1 dari 3 CD musik yang dibeli di dunia adalah ilegal dengan 10 negara menjadi prioritas utama dari IFPI, yaitu Brazil, Kanada, Cina, Yunani, Indonesia, Italia, Meksiko, Rusia, Korea Selatan, dan Spanyol (<http://www.ifpi.org>, diunduh 20 September 2016). Selain itu, terdapat pula

beberapa negara dengan pengawasan khusus, seperti Bulgaria, Pakistan, Taiwan, dan Ukraina. Laporan pembajakan yang diterbitkan IFPI tersebut menunjukkan Indonesia tercatat memiliki tingkat pembajakan CD musik sebesar 88%. Secara khusus, di Indonesia, PAPPRI (Persatuan Artis Penyanyi, Pencipta Lagu, dan Pemusik Republik Indonesia) menyatakan pada 2013 kerugian akibat pembajakan musik mencapai Rp 4 triliun per tahun (<http://www.thejakartapost.com>, diakses pada 10 April 2016). Bahkan, menurut data Asosiasi Industri Rekaman Indonesia (ASIRI), sejak 2007, industri musik bajakan telah menguasai 95,7% pasar Indonesia (<http://print.kompas.com>, diakses pada 10 April 2016).

Wang *et al.* (2005) mengkritisi bahwa “*Eastern/Asian culture is blamed as one of the major causes for the high piracy rates in Asian countries*”, yang berarti budaya Timur atau budaya masyarakat Asia disalahkan sebagai salah satu penyebab utama tingginya tingkat pembajakan di negara-negara Asia sendiri, tetapi penelitian yang didedikasikan untuk memahami isu pembajakan digital dalam konteks negara berkembang tersebut (sebagian besar di Asia) sangat terbatas. Hal itu didukung oleh Aleassa *et al.* (2011) yang menyatakan bahwa “*surprisingly few studies have examined the determinants of software digital piracy in developing countries*”, yang artinya secara mengejutkan bahwa sedikit studi yang telah menguji determinan dari pembajakan *software* digital di negara-negara berkembang.

Indonesia menjadi konteks penelitian yang ideal untuk menguji perilaku pembajakan digital di suatu negara berkembang. Sebuah survei dari BSA (*Business Software Alliance*) *Global Software* 2015 (dipublikasikan Mei 2016) mengungkapkan bahwa tingkat pembajakan *software* di Indonesia mencapai 84% dengan estimasi kerugian 1,145 juta dolar AS pada 2015. Lebih dari itu, survei dari *Political and Economic Risk Consultancy* (PERC) menemukan bahwa Indonesia memiliki nilai terburuk di Asia dalam hal melindungi hak-hak properti intelektual (*Hurriyet Daily News*, 2010). Dengan rentang nilai antara 0 (terbaik) dan 10 (terburuk), Indonesia diberi nilai 8,50, diikuti Vietnam dengan nilai 8,40, Cina 7,90, Filipina 6,84, India 6,50, Thailand 6,17, dan Malaysia 5,80 (<http://www.hurriyetdailynews.com>, diakses pada 10 April 2016).

Pemerintah Indonesia dan pihak terkait (asosiasi, artis, musisi, dan perusahaan rekaman) telah menggunakan beragam cara, seperti misalnya mendirikan tim Satuan Tugas (Satgas) Anti Pembajakan (<http://tekno.kompas.com>, diakses 20 September 2016). Namun, hasil yang dimunculkan dari metode tersebut kurang signifikan, pembajakan digital tetap menjadi masalah serius. Ini terjadi karena pemahaman tentang produk digital bajakan yang sudah merajalela dan melekat di kalangan masyarakat Indonesia. Masyarakat Indonesia menganggap tindakan pembelian dan penggunaan produk digital bajakan (CD musik dan *software*) merupakan suatu hal yang lumrah bahkan diminati karena jauh lebih mudah dan murah.

Pada penelitian Arli *et al.* (2015), ditemukan hasil bahwa *relativism* tidak berpengaruh pada sikap individu pada perilaku pembajakan produk digital. Hal ini berbeda dengan studi Shoham *et al.* (2008) yang menemukan bahwa *relativism* berpengaruh terhadap sikap individu tersebut. Berdasarkan *gap* tersebut, studi ini akan meneliti bagaimana pengaruh terhadap *moral equity*, *relativism*, sikap individu pada perilaku pembajakan, serta akhirnya melakukan pembelian dan penggunaan produk digital bajakan di Surabaya, Indonesia. Hipotesis penelitiannya ialah:

*H1* : Semakin tingginya *moral equity* di antara konsumen, semakin kecil kecenderungan untuk membentuk sikap individu yang positif pada perilaku pembajakan digital (a) CD musik dan (b) *software*.

*H2* : Semakin tingginya *moral equity* di antara konsumen, semakin kecil kecenderungan untuk berperilaku membajak produk digital (a) CD musik dan (b) *software*.

*H3* : Semakin tingginya *relativism* di antara konsumen, semakin kecil kecenderungan untuk membentuk sikap individu yang positif pada perilaku pembajakan digital (a) CD musik dan (b) *software*.

*H4* : Semakin tingginya *relativism* di antara konsumen, semakin kecil kecenderungan untuk berperilaku membajak produk digital (a) CD musik dan (b) *software*.

*H5* : Semakin positifnya sikap individu pada perilaku pembajakan digital, semakin tinggi kecenderungan untuk berperilaku membajak produk digital (a) CD musik dan (b) *software*.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, berdasarkan model dan temuan sebelumnya, penelitian ini termasuk dalam *basic research* yang digunakan untuk mengembangkan dan memperluas batasan-batasan pengetahuan secara umum dan tidak diarahkan untuk menyelesaikan permasalahan pragmatis secara khusus serta tidak ditujukan untuk memenuhi kebutuhan organisasi tertentu (Zikmund *et al.*, 2013:5). Hasil dari penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh dari *moral equity*, *relativism*, serta sikap individu pada perilaku pembajakan digital terhadap perilaku pembelian produk digital bajakan. Dengan demikian, penelitian ini termasuk ke dalam *causal research* karena bertujuan untuk mengetahui pola hubungan sebab akibat dari hubungan antarvariabel. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengolahan data statistik dari sumber primer terpilih. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan metode survei.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui hasil penyebaran kuesioner tentang dari *moral equity*, *relativism*, serta sikap individu pada perilaku pembajakan digital terhadap perilaku pembajakan digital kepada responden yang berdomisili di Surabaya, Indonesia. Penelitian ini menggunakan pengukuran *7 points-scale* (skala 1-7). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Surabaya, Indonesia, dengan pengalaman pernah membeli dan menggunakan produk digital bajakan, baik CD musik maupun *software* dalam 6 bulan terakhir dengan minimal 3 produk. *Sample* yang digunakan adalah responden yang berdomisili di Surabaya, Indonesia, dengan jumlah 251 responden.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan pada 30 kuesioner awal telah menunjukkan nilai yang valid dan reliabel di mana semua *items* telah memiliki

nilai korelasi *Pearson* di atas 0,3 (valid) dan setiap variabel telah memiliki nilai *Cronbach's alpha* di atas 0,6 (reliabel). Selanjutnya, data dianalisis menggunakan model pengukuran pada keseluruhan variabel konstruk dan indikatornya dengan menggunakan 5 indeks *Goodness-of-Fit*. Hasilnya ialah sebagai berikut.

**Tabel 1**  
**Hasil Uji *Measurement Model* (CD Musik Bajakan)**

No.	Indeks	Kriteria	Hasil	Ket.
1.	CMIN/DF	$CMIN/DF \leq 3$	1,925	<i>Good Fit</i>
2.	RMSEA	$RMSEA \leq 0,8$	0,061	<i>Good Fit</i>
3.	GFI	$GFI \geq 0,9$	0,927	<i>Good Fit</i>
4.	CFI	$CFI \geq 0,9$	0,956	<i>Good Fit</i>
5.	TLI	$TLI \geq 0,9$	0,943	<i>Good Fit</i>

**Tabel 2**  
**Hasil Uji *Measurement Model* (Software Bajakan)**

No.	Indeks	Kriteria	Hasil	Ket.
1.	CMIN/DF	$CMIN/DF \leq 3$	1,426	<i>Good Fit</i>
2.	RMSEA	$RMSEA \leq 0,8$	0,042	<i>Good Fit</i>
3.	GFI	$GFI \geq 0,9$	0,943	<i>Good Fit</i>
4.	CFI	$CFI \geq 0,9$	0,984	<i>Good Fit</i>
5.	TLI	$TLI \geq 0,9$	0,979	<i>Good Fit</i>

Karena indeks pada model pengukuran telah menunjukkan nilai yang *good fit*, penelitian dilakukan dengan analisis pada model struktural.

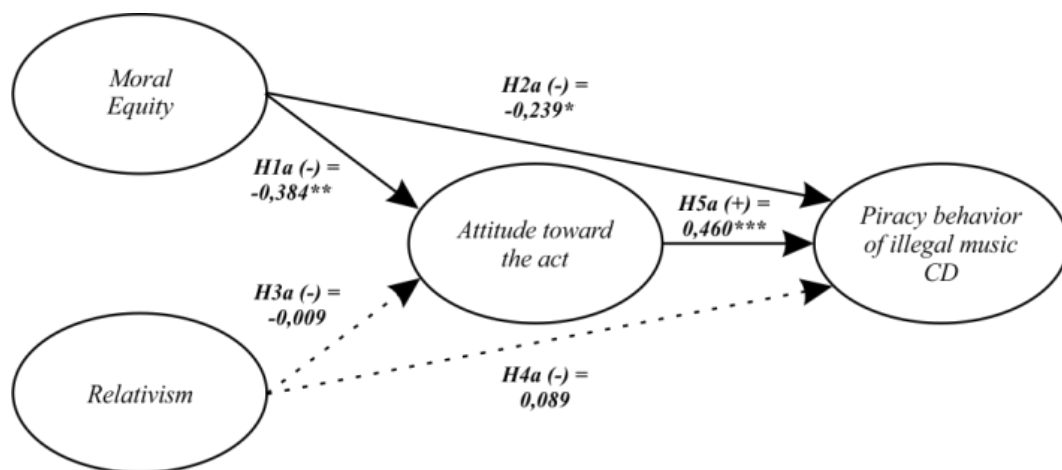
**Tabel 3**  
**Hasil Uji *Structural Model* (CD Musik Bajakan)**

No.	Indeks	Kriteria	Hasil	Ket.
1.	CMIN/DF	$CMIN/DF \leq 3$	1,925	<i>Good Fit</i>
2.	RMSEA	$RMSEA \leq 0,8$	0,061	<i>Good Fit</i>
3.	GFI	$GFI \geq 0,9$	0,927	<i>Good Fit</i>
4.	CFI	$CFI \geq 0,9$	0,956	<i>Good Fit</i>
5.	TLI	$TLI \geq 0,9$	0,943	<i>Good Fit</i>

**Tabel 4**  
**Hasil Uji *Structural Model* (*Software Bajakan*)**

No.	Indeks	Kriteria	Hasil	Ket.
1.	CMIN/DF	$CMIN/DF \leq 3$	1,426	<i>Good Fit</i>
2.	RMSEA	$RMSEA \leq 0,8$	0,042	<i>Good Fit</i>
3.	GFI	$GFI \geq 0,9$	0,943	<i>Good Fit</i>
4.	CFI	$CFI \geq 0,9$	0,984	<i>Good Fit</i>
5.	TLI	$TLI \geq 0,9$	0,979	<i>Good Fit</i>

Setelah melakukan rekap data dari seluruh sampel yang diterima serta menganalisis kesesuaian model pengukuran (*measurement model*) dan model struktural (*structural model*), pengujian hipotesis dapat dilakukan. Uji ini dilakukan untuk melihat seberapa besar dan signifikannya pengaruh variabel satu terhadap variabel lainnya. Pengujian hipotesis menggunakan *software* AMOS 18 dan ketentuan dari diterimanya hipotesis adalah dengan nilai maksimal *p-value*  $\leq 0,1$ .



Keterangan:

\*\*\*. Signifikan dengan nilai  $p \leq 0,001$

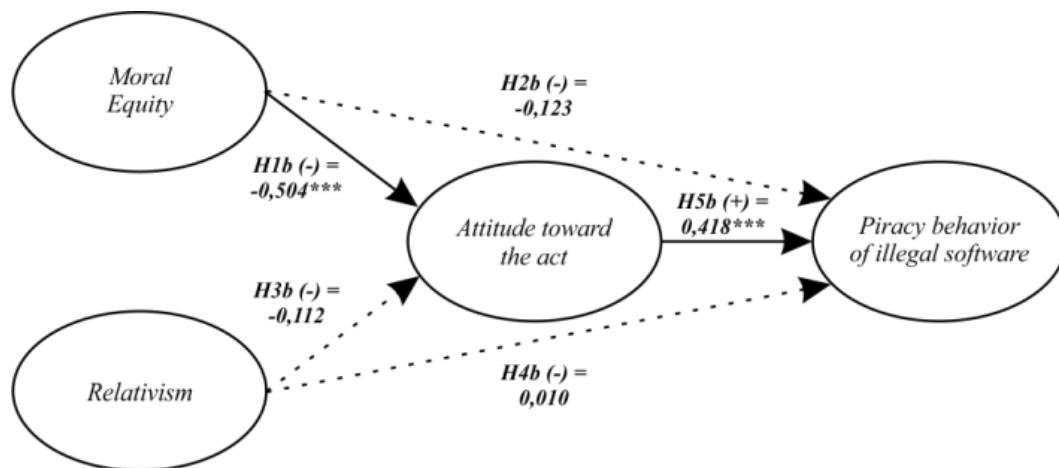
\*\*. Signifikan dengan nilai  $p \leq 0,05$

\*. Signifikan dengan nilai  $p \leq 0,1$

**Gambar 1**  
**Model Struktural untuk Pengolahan Data (a) CD Musik Bajakan**

Gambar 1 di atas adalah hasil pengolahan data model struktural untuk objek (a) CD musik bajakan. Dari Gambar 1 tersebut, hipotesis yang diterima ada 3, yaitu

H1a, H2a, dan 5a. Sedangkan, 2 hipotesis lainnya, yaitu H3a dan H4a, tidak signifikan sehingga tidak dapat terdukung.



Keterangan:

\*\*\*. Signifikan dengan nilai  $p \leq 0,001$

**Gambar 2**  
**Model Struktural untuk Pengolahan Data (b) *Software* Bajakan**

Gambar 2 di atas adalah hasil pengolahan data model struktural untuk objek (b) *software* bajakan. Dari Gambar 2 tersebut, hipotesis yang diterima ada 2, yaitu H1b dan H5b. Sedangkan, 3 hipotesis lainnya, yaitu H2b, H3b, dan H4b, tidak signifikan sehingga tidak dapat terdukung. Selanjutnya, rekaputilasi hasil dari nilai *standardized estimate*, *critical ratio*, dan *p-value* akan disajikan dalam Tabel 5 berikut.



**Tabel 5**  
**Hasil Uji Hipotesis (a: CD Musik Bajakan, b: Software)**

Hipotesis	Hubungan	Std. Est.	C.R.	P-Value	Ket.
H1a	MEC → SPC	-0,384	-2,918	0,004**	Signifikan, hipotesis terdukung
H2a	MEC → PMC	-0,239	-1,842	0,065*	Signifikan, hipotesis terdukung
H3a	RLC → SPC	-0,009	-0,096	0,923	Tidak signifikan, hipotesis tidak dapat terdukung
H4a	RLC → PMC	0,089	1,056	0,291	Tidak signifikan, hipotesis tidak dapat terdukung
H5a	SPC → PMC	0,460	5,413	***	Signifikan, hipotesis terdukung
H1b	MES → SPS	-0,504	-3,703	***	Signifikan, hipotesis terdukung
H2b	MES → PMS	-0,123	-0,918	0,359	Tidak signifikan, hipotesis tidak dapat terdukung
H3b	RLS → SPS	-0,112	-1,530	0,126	Tidak signifikan, hipotesis tidak dapat terdukung
H4b	RLS → PMS	0,010	0,135	0,892	Tidak signifikan, hipotesis tidak dapat terdukung
H5b	SPS → PMS	0,418	4,811	***	Signifikan, hipotesis terdukung

Keterangan:

\*\*\*. Signifikan dengan nilai  $p \leq 0,001$

\*\*. Signifikan dengan nilai  $p \leq 0,05$

\*. Signifikan dengan nilai  $p \leq 0,1$

H1a bernilai *critical ratio* -2,918 dan *p-value* 0,004 ( $\alpha = 5\%$ ) dan H1b bernilai *critical ratio* -3,703 dan *p-value*  $\leq 0,001$  ( $\alpha = 0,1\%$ ). Hasil uji hipotesis tersebut serupa dengan hasil penelitian Arli *et al.* (2015). Studi Arli *et al.* (2015) menunjukkan hasil bahwa ketika konsumen memiliki penilaian moral yang tinggi akan hal pembajakan, secara khusus CD musik dan *software*, konsumen tersebut semakin menolak melakukan pembajakan karena menganggap salah dan tidak bermoral. Akhirnya, dengan penilaian moral yang tinggi (tingkat *fairness*, keadilan, dan kepatutan) itu, konsumen akan cenderung membeli produk digital asli dan berlaku pula sebaliknya bila penilaian moral rendah. Hal ini juga ditemukan oleh Shoham *et al.* (2008) yang juga menyatakan bahwa dampak dari

semakin tingginya *moral equity* konsumen, kemungkinan untuk berlaku tidak etis, dalam hal ini membajak produk digital, akan semakin rendah. Selain itu, Douglas *et al.* (2007) menyebutkan bahwa persepsi dari *moral equity* seseorang merupakan faktor yang juga akan berdampak pada sikap dari orang tersebut.

H2a (CD musik bajakan) terdukung signifikan dengan nilai *critical ratio* sebesar -1,842 dan *p-value* sebesar 0,065 ( $\alpha = 10\%$ ). Sedangkan, H2b (*software* bajakan) tidak dapat terdukung karena memiliki nilai *critical ratio* sebesar -0,918 dan *p-value* sebesar 0,359. Hasil itu sama merujuk pada hasil penelitian sebelumnya dari penelitian Arli *et al.* (2015). Dalam penelitiannya, Arli *et al.* (2015) menemukan bahwa konsumen yang mempersepsikan perilaku pembajakan digital, dalam hal ini CD musik, adalah tidak adil, tidak pantas, dan salah secara moral akan memiliki kecenderungan melakukan pembajakan produk digital lebih kecil. Hal tersebut dikarenakan konsumen merasa lebih bersalah ketika membeli dan menggunakan CD musik bajakan dibanding *software* bajakan. Ketika membeli dan menggunakan CD musik bajakan, konsumen merasa artis yang memiliki hak cipta atas karyanya tersebut dirugikan sebagai seorang individu sehingga konsumen merasa memiliki koneksi personal secara manusiawi yang lebih kuat kepada artis tersebut. Hasil tersebut juga didukung dengan temuan dari Yoon (2011) yang menyatakan *moral equity* berdampak langsung (*direct impact*) terhadap perilaku membajak. H2b tidak terdukung karena tidak menunjukkan hubungan yang signifikan. Namun, hasil tersebut diperkuat oleh studi Shoham *et al.* (2008) yang menemukan dampak *moral equity* untuk perilaku pembajakan terhadap CD musik lebih besar dibanding *software*. Ketika membajak *software*, konsumen merasa yang dirugikan ialah korporasi besar dan tidak memiliki koneksi personal sehingga tidak terlalu berdampak besar terhadap kerugian perusahaannya serta perasaan bersalah bagi konsumen yang membajak.

H3a (CD musik bajakan) memiliki nilai *critical ratio* -0,096 dan *p-value* 0,923 serta H3b (*software* bajakan) memiliki nilai *critical ratio* -1,530 dan *p-value* 0,126. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan negatif yang terjadi antara *relativism* dan sikap individu pada perilaku pembajakan digital tidak signifikan. Hasil tersebut sejalan dengan apa yang ditemukan Arli *et al.* (2015) dalam

penelitiannya. Arli *et al.* (2015) menyebutkan bahwa *relativism* yang tidak menunjukkan hubungan yang signifikan terhadap sikap individu pada perilaku pembajakan digital, baik CD musik dan *software*, dapat mengindikasikan bahwa perilaku tersebut dapat diterima dan diakui praktiknya oleh budaya dan lingkungan masyarakat karena sebagian besar masyarakat juga cenderung bersikap positif terhadap perilaku tersebut.

H4a (CD musik bajakan) dan H4b (*software* bajakan) berhubungan negatif, tetapi gagal mencapai signifikan sehingga kedua hipotesis tidak terdukung. H4a bernilai *critical ratio* 1,056 dan *p-value* 0,291 serta H4b bernilai *critical ratio* 0,135 dan *p-value* 0,892. Hasil untuk H4a serupa dengan hasil dari Arli *et al.* (2015). Sedangkan, H4b didukung oleh hasil studi dari Ha dan Lennon (2006). Arli *et al.* (2015) menemukan bahwa adanya kasus penangkapan polisi terhadap para penjual produk digital bajakan, tetapi tidak pernah ditemukan kasus konsumen produk digital bajakan yang ditangkap sehingga membuat tidak adanya rasa takut pada diri konsumen untuk melakukan pembelian dan penggunaan produk digital bajakan, dalam hal ini CD musik dan *software*. Selain itu, Widjaja (2013:20) dalam Arli *et al.* (2015) menyatakan bahwa secara umum, budaya Indonesia memiliki kriteria etika bukan tentang “apa yang benar atau salah”, tetapi “apa yang sesuai atau tidak sesuai”. Dengan diperkuat oleh karakteristik budaya kolektivisme, masyarakat Indonesia menilai perilaku pembajakan produk digital yang dilakukannya berdasarkan apa yang juga orang lain lakukan secara bersama. Ha dan Lennon (2006) mengungkapkan *relativism* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian produk tiruan atau bajakan ketika secara umum, konsumen sudah tidak memandang perilaku pembajakan produk digital tersebut adalah ilegal.

H5a dan H5b sama-sama menunjukkan nilai positif yang signifikan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa adanya hubungan dari sikap individu pada perilaku pembajakan digital terhadap perilaku pembajakan digital. H5a memiliki nilai *critical ratio* sebesar 5,413 dan *p-value*  $\leq 0,001$  ( $\alpha = 0,1\%$ ). Selain itu, H5b memiliki nilai *critical ratio* sebesar 4,811 dan *p-value*  $\leq 0,001$  ( $\alpha = 0,1\%$ ). Hal ini konsisten dengan hasil penelitian Arli *et al.* (2015) dan beberapa studi

sebelumnya, seperti Ang *et al.* (2001), Chiou *et al.* (2005), Shoham *et al.* (2008), dan Cronan dan Al-Rafee (2008). Ang *et al.* (2001) menyebutkan semakin tinggi minat seseorang terhadap pembajakan, semakin tinggi pula minat untuk membeli dan menggunakan produknya. Studi dari Chiou *et al.* (2005) menunjukkan sikap pada perilaku pembajakan memiliki hubungan langsung signifikan terhadap perilaku membajak produk. Cronan dan Al-Rafee (2008) menyatakan bahwa sikap merupakan salah satu faktor paling signifikan yang mempengaruhi minat untuk berperilaku. Dalam studinya, Cronan dan Al-Rafee (2008) menemukan hubungan positif antara sikap dan minat perilaku. Shoham *et al.* (2008) memperkuat dengan menemukan hasil dari studinya bahwa ada pengaruh positif antara sikap dengan perilaku membajak. Ketika konsumen memiliki sikap semakin negatif terhadap perilaku pembajakan, maka akan semakin kecil kecenderungan konsumen untuk melakukan pembajakan produk digital (CD musik dan *software*) tersebut dan berlaku pula sebaliknya.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, peneliti dapat menarik konklusi bahwa total 10 hipotesis dengan pengolahan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan *software* AMOS 18 memiliki hasil yang beragam. Berikut penjabarannya.

1. *Moral equity* berpengaruh secara negatif signifikan terhadap sikap individu pada perilaku pembajakan digital untuk CD musik pada responden di Surabaya (H1a). Begitu pula, *moral equity* berpengaruh secara negatif signifikan terhadap sikap individu pada perilaku pembajakan digital untuk *software* pada responden di Surabaya (H1b).
2. *Moral equity* berpengaruh secara negatif signifikan terhadap perilaku pembajakan digital untuk CD musik pada responden di Surabaya (H2a). Sedangkan, *moral equity* tidak berpengaruh terhadap perilaku pembajakan digital untuk *software* pada responden di Surabaya (H2b).
3. *Relativism* tidak berpengaruh terhadap sikap individu pada perilaku pembajakan digital untuk CD musik pada responden di Surabaya (H3a).

Begitu pula, *relativism* tidak berpengaruh terhadap sikap individu pada perilaku pembajakan digital untuk *software* pada responden di Surabaya (H3b).

4. *Relativism* tidak berpengaruh terhadap perilaku pembajakan digital untuk CD musik pada responden di Surabaya (H4a). Begitu pula, *relativism* tidak berpengaruh terhadap perilaku pembajakan digital untuk *software* pada responden di Surabaya (H4b).
5. Sikap individu pada perilaku pembajakan digital berpengaruh secara positif signifikan terhadap perilaku pembajakan digital untuk CD musik pada responden di Surabaya (H5a). Begitu pula, sikap pada perilaku pembajakan digital berpengaruh secara positif signifikan terhadap sikap individu pada perilaku pembajakan digital untuk *software* pada responden di Surabaya (H5b).

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya oleh Arli *et al.* (2015) pada responden di Yogyakarta, Indonesia, dengan judul “*The impact of moral equity, relativism, and attitude on individual’s digital piracy behavior in a developing country*”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi masyarakat Surabaya, Indonesia, yang meskipun merasa tindak pembajakan produk digital adalah salah, para responden tetap melakukan perilaku pembajakan tersebut karena perilaku menyimpang ini sudah biasa dilakukan dan diterima oleh lingkungan masyarakat Indonesia. Hal ini bisa memberikan gambaran bagi perusahaan teknologi informasi, rekaman musik, serta pemerintah tentang kondisi konsumen Surabaya, Indonesia, dalam menyikapi perilaku pembajakan. Bila perilaku ini terus terjadi, sesuai latar belakang di mana Indonesia masuk dalam daftar *Top 20* pembajakan *software* dan *Top 10* negara pembajak musik di dunia, Indonesia akan kesulitan untuk keluar dari kelompok negara pembajak tersebut. Dengan demikian, citra Indonesia di mata dunia akan semakin buruk. Hal itu juga memungkinkan para perusahaan teknologi informasi serta rekaman mengalami kerugian dan berdampak pada ancaman risiko investasi di Indonesia, secara khusus untuk bidang teknologi informasi dan rekaman musik. Fenomena itulah yang harus dihadapi dan diatasi bersama oleh pemerintah, perusahaan, dan

segenap konsumen. Dengan demikian, perusahaan dapat saling berkoordinasi dan berkolaborasi bersama pemerintah untuk menciptakan strategi yang dapat memberikan perubahan sikap pada konsumen untuk mengurangi tindak pembajakan produk digital, dalam hal ini CD musik dan *software*. Salah satunya pembentukan Satgas Anti Pembajakan di setiap provinsi di Indonesia. Perusahaan (label rekaman), misalnya, dapat menjual CD musik asli yang dikembangkan dalam paket *bundling* dengan produk lain, seperti beberapa yang sudah diterapkan di restoran cepat saji (beli paket makanan, dapat CD musik asli) atau digabung dengan promosi tiket konser artis tertentu sehingga para konsumen dapat menjangkau dengan lebih mudah. *Software* bisa digabungkan dengan pembelian *gadget*, misalnya laptop, PC, dan lainnya.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan sehingga dibutuhkan penyempurnaan oleh penelitian berikutnya. Penelitian ini hanya berfokus di Surabaya, Indonesia. Dengan demikian, penelitian berikutnya dapat memilih wilayah lain untuk mengetahui perilaku konsumen mengenai *moral equity*, *relativism*, dan sikap individu pada perilaku pembajakan digital terhadap perilaku pembajakan digital (CD musik dan *software*). Penelitian ini juga memiliki *sample* yang masih kurang heterogen dikarenakan menggunakan survei *online*, yakni *Typeform*, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan bisa menjangkau usia responden yang lebih beragam dan merata, terutama untuk usia 30 tahun ke atas, untuk mengurangi bias serta dapat membantu untuk lebih menggeneralisasi hasil penelitian. Penelitian ini menyadari bahwa fenomena ini sudah mendarah daging di masyarakat Indonesia sehingga penelitian berikutnya bisa lebih menggali penyebab dan mencari solusi ke akar permasalahan yang lebih jauh dengan metode kualitatif, terutama berkaitan dengan budaya kolektivisme yang akhirnya juga memengaruhi sisi *moral equity*, *relativism*, dan sikap individu dari masyarakat Indonesia dalam memandang pembajakan produk digital, khususnya CD musik dan *software*.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ajzen, Icek, 1991, The theory of planned behavior, *Organizational and Human Resources Decision Processes*, Vol. 50 pp. 179-211.
- Ajzen, Icek, 2005, *Attitude, Personality and Behavior Second Edition*, New York: Open University Press.
- Aleassa, Hassan dkk., 2011, Investigating software piracy in Jordan: an extension of the theory of reasoned action, *Journal of Business Ethics*, Vol. 98 No. 4 pp. 663-676.
- Ang, Swee Hoon dkk., 2001, Spot the difference: consumer responses towards counterfeits, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 18 Iss. 3 pp. 219-235.
- Arli, Denni dkk., 2015, The impact of moral equity, relativism, and attitude on individuals' digital piracy behavior in a developing country, *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 33 Iss. 3 pp. 348-365.
- Bender, S. dan Y. Wang, 2009, The impact of digital piracy on music sales: a cross country analysis, *International Social Science Review*, Vol. 8 pp.157-170.
- Chiou, Jyh-Shen dkk., 2005, The antecedents of music piracy attitudes and intentions, *Journal of Business Ethics*, Vol. 57 pp. 161-174.
- Cronan, Timothy P. dan Sulaiman Al-Rafee, 2008, Factors that influence the intention to pirate software and media, *Journal of Business Ethics*, Vol. 78 No. 4 pp. 527-545.
- Douglas, D.E. dkk., 2007, Equity perception as a deterrent to software piracy behavior, *Information Management*, Vol. 44 No. 5 pp. 503-512.
- Forsyth, D.R., 1980, A taxonomy of ethical ideologies, *Journal Personality and Social Psychology*, Vol. 39 No. 1 pp. 175-184.
- Ha, Sejin dan Sharron J. Lennon, 2006, Purchase intent for fashion counterfeit products: ethical ideologies, ethical judgements, and perceived risks, *Clothing and Textiles Research Journal*, Vol. 24 No. 4 pp. 297-315.
- Hair, J.F. dkk., 2010, *Multivariate Data Analysis 7<sup>th</sup> Edition*, Upper Saddle River: Prentice Hall.

- Husted, Bryan W., 2000, The impact of national culture on software piracy, *Journal of Business Ethics*, Vol. 26 pp. 197-211.
- Jones, T.M., 1991, Ethical decision making by individuals in organizations: an issue-contingent model, *Academy of Management Review*, Vol. 16 No. 2, pp. 366-395.
- Maiga, Adam S., 2005, The effect of manager's moral equity on the relationship between budget participation and propensity to create slack: a research note, *Advance in Accounting Behavioral Research*, Vol. 8 pp. 139-165.
- Phau, Ian dan Johan Liang, 2012, Downloading digital video games: predictors, moderators and consequences, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 30 Iss. 7 pp. 740 – 756.
- Reidenbach, R.E. dan D.P. Robin, 1990, Toward the development of a multidimensional scale for improving evaluations of business ethics, *Journal of Business Ethics*, Vol. 9 pp. 639-653.
- Resick, C.J. dkk., 2013, Ethical leadership, moral equity judgement, and discretionary workplace behavior, *Human Relation*, Vol. 0 pp. 1-22.
- Robin, Donald P. dkk., 1996, The perceived importance of an ethical issue as an influence on the ethical decision-making of ad managers, *Journal of Business Research*, Vol. 35 pp. 17-28.
- Shoham, Aviv dkk., 2008, (Un)ethical consumer behavior: Robin Hoods or Plain Hoods?, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 25 No. 4 pp. 200-210.
- Solomon, Michael, dkk., 2006, *Consumer Behavior: A European Perspective 3<sup>rd</sup> Edition*, Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Tan, B., 2002, Understanding consumer ethical decision making with respect to purchase of pirated software, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 19 No. 2 pp.96-111.
- Vitell, Scott J. dan Joseph G.P. Paolillo, 2003, Consumer ethics: the role of religiosity, *Journal of Business Ethics*, Vol. 46 pp. 151-162.
- Woolley, Darryl J., 2015, The association of moral development and moral intensity with music piracy, *Ethics and Information Technology*, Vol. 17 Iss. 3 pp. 211-218.



Yoon, Cheolho, 2011, Theory of planned behavior and ethics theory in digital piracy: an integrated model, *Journal of Business Ethics*, Vol. 100 No. 3 pp. 405-417.

Zikmund, W.G. dkk., 2013, *Business Research Method 9<sup>th</sup> Edition*, Mason: South-Western.

<http://globalstudy.bsa.org/2011/> (diakses pada 5 April 2016)

[http://globalstudy.bsa.org/2011/downloads/study\\_pdf/2011\\_BSA\\_Piracy\\_Study-Standard.pdf](http://globalstudy.bsa.org/2011/downloads/study_pdf/2011_BSA_Piracy_Study-Standard.pdf) (diunduh pada 8 April 2016)

<http://www.ifpi.org> (diunduh 20 September 2016)

<http://www.ifpi.org/content/library/DMR2012.pdf> (diunduh pada 7 April 2016)

<http://print.kompas.com/baca/2015/09/18/Kerugian-Akibat-Pembajakan-Musik-Rp-4-Triliun-per> (diakses pada 10 April 2016)

<http://regional.kompas.com/read/2016/04/13/18060051/Satu.Album.VCD.Bajakan.Bisa.Rugikan.Industri.Musik.Rp.200.Juta> (diakses pada 14 April 2016)

<http://www.thejakartapost.com/news/2015/09/18/indonesian-music-sales-now-957-percent-piracy.html> (diakses pada 10 April 2016)

<http://tekno.kompas.com/read/2015/08/09/16592967/Satgas.Anti.Pembajakan.Hak.Cipta.Segera.Dibentuk> (diakses 20 September 2016)

<http://www.hurriyetdailynews.com/indonesia-tops-asia-list-of-copyright-pirate-centres-survey-says.aspx?pageID=438&n=indonesia-tops-asia-list-of-copyright-pirate-centres-survey-says-2010-08-25> (diakses pada 10 April 2016)